

COVER

magazine

ESPECIAL
HOMBRE

JAIME
PESAQUE

Mayta, el sabor de una
nueva élite gastronómica.

MATÍAS
ZAGAZETA

Velocidad con sello
peruano.

JASON
DAY

El peruano que marca
presencia en el mundo.

Revistas.PeruRadio.net.pe

deli & drink

del 09 de junio al 06 de julio



BBVA

w

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

Revistas.PeruRadio.net.pe

Participa del sorteo de una experiencia para
2 personas viajando en el crucero Royal Caribbean.

¡Serán 3 ganadores!

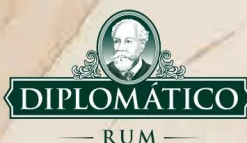


Por cada compra de **S/120** en las marcas auspiciadoras
acumulas 1 opción para ganar.

Comprando estas marcas tienes **una opción adicional***

CUSQUEÑA

JACK DANIEL'S



HENDRICK'S
GIN

Acumula **doble opción** si eres **wprime**

Recuerda que para poder acumular **opciones virtuales** debes registrar tu tarjeta **bonus** en wong.pe

Marcas auspiciadoras



*Imágenes referenciales. *Términos y condiciones en wong.pe/legales

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

Revistas.PeruRadio.net.pe



MIRAFLORES PARK
A BELMOND HOTEL
LIMA

VIVA UNA EXPERIENCIA DE ENSUEÑO EN *MIRAFLORES PARK*

Ubicado en un frondoso jardín, **MIRAFLORES PARK** es un auténtico santuario urbano junto a las joyas culturales de la ciudad. Descubra un estilo y una comodidad sin igual en nuestras suites, rodeado de impresionantes vistas de la ciudad y el Océano Pacífico.



EMBÁRQUESE EN UN VIAJE CULINARIO EN TRAGALUZ

Nuestro chef, Ricardo Ehni deleita con platos que fusionan a la perfección sabores peruanos e internacionales.

Disfrute 2 días y 1 noche desde
US\$260 o S/ 975



Únase a las divertidas clases privadas de pisco sour, donde recibirá una introducción al pisco, su historia y su versatilidad



CONDICIONES: Válida para 02 personas para estadías hasta el 22 de Diciembre del 2025 para Peruanos y residentes en Perú. La tarifa incluye impuestos y servicios. Sujeta a disponibilidad y a cambios sin previo aviso. No combinable con otras promociones. Tipo de cambio referencial S/ 3.75. La tarifa en monedanacional está sujeta al tipo de cambio al momento del pago. *Imágenes referenciales.

ÍNDICE

EDITORIAL |

Jason Day x
Juanlu Real.



| MATÍAS ZAGAZETA

Velocidad Peruana.

COQUE OSSIO |

El Chef que lleva un
pedazo de París a Lima.

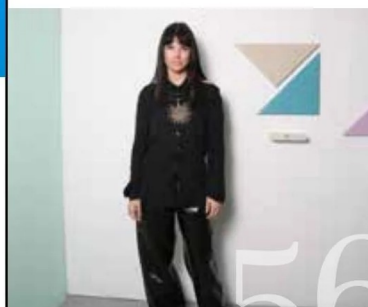


| MUNDIAL 2026

Las camisetas del
Mundial 2026.

SIPS |

La experiencia detrás del
mejor bar del mundo.



| COBERTURA

Lima Imparable.

COVER

magazine

Director

Rodrigo Lanatta
rodrigo.lanatta@seminarium.pe

Comercial Lead

Malu Jimenez
mjimenez@se.pe

Head of Corporate Sales

María Claudia Díaz Dulanto
Mcdiazd@se.pe

CEO

Ernesto Ferrini Cassinelli
Semana Económica
Seminarium
COVER Magazine

Design & Layout

Leslie Sánchez

Digital Marketing Analyst

Maria José Rojas Alcázar

Content & Social Assistant

Khallil Kahhat

Coordination Manager

Melanie Sánchez

Digital Marketing Lead

Luis José Malásquez Lévano

PLATAFORMA C S.A.C

20611565233

Canaval y Moreyra 340, Piso 13, San Isidro

Teléfono: +51 905 462 026 - +51 950 747 289

www.covermagazine.pe

Instagram: _covermagazine

Facebook: Cover Magazine



JASON DAY X JUANLU REAL

LLEVAR EL SELLO PERUANO AL MUNDO

Hay trayectorias que no solo crecen, se expanden.
Y en ese movimiento, construyen identidad.

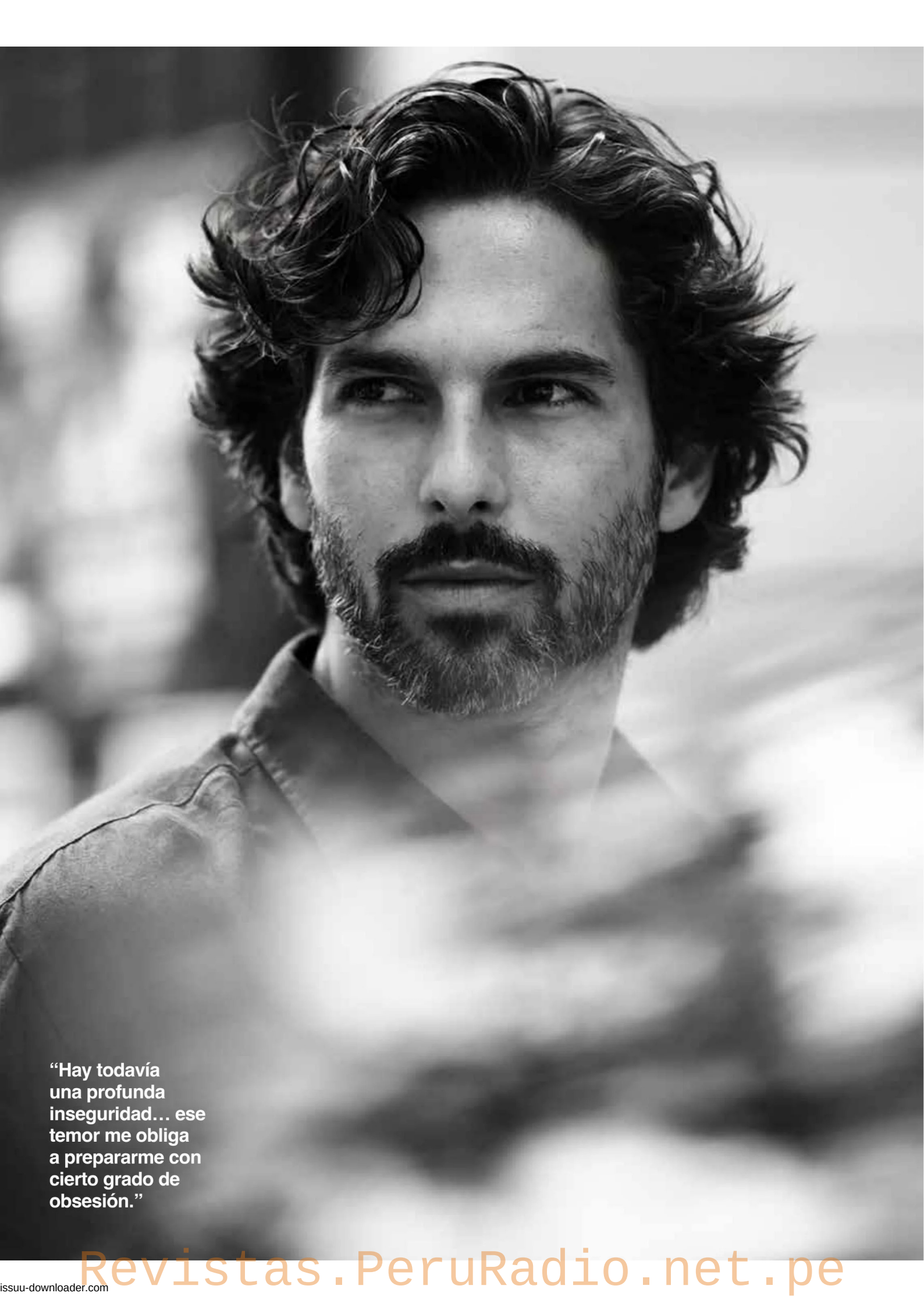
Revistas.PeruRadio.net.pe



Jason Day es hoy uno de los actores peruanos que ha logrado consolidar una presencia fuera del país con naturalidad y consistencia. Desde Madrid, ciudad en la que reside actualmente, su carrera se mueve dentro de una escena internacional donde la competencia es alta, pero también lo es la posibilidad de construir una voz propia. Y es precisamente ahí donde su trabajo encuentra valor: en esa capacidad de llevar una sensibilidad que nace desde lo local hacia historias que dialogan con una audiencia global.

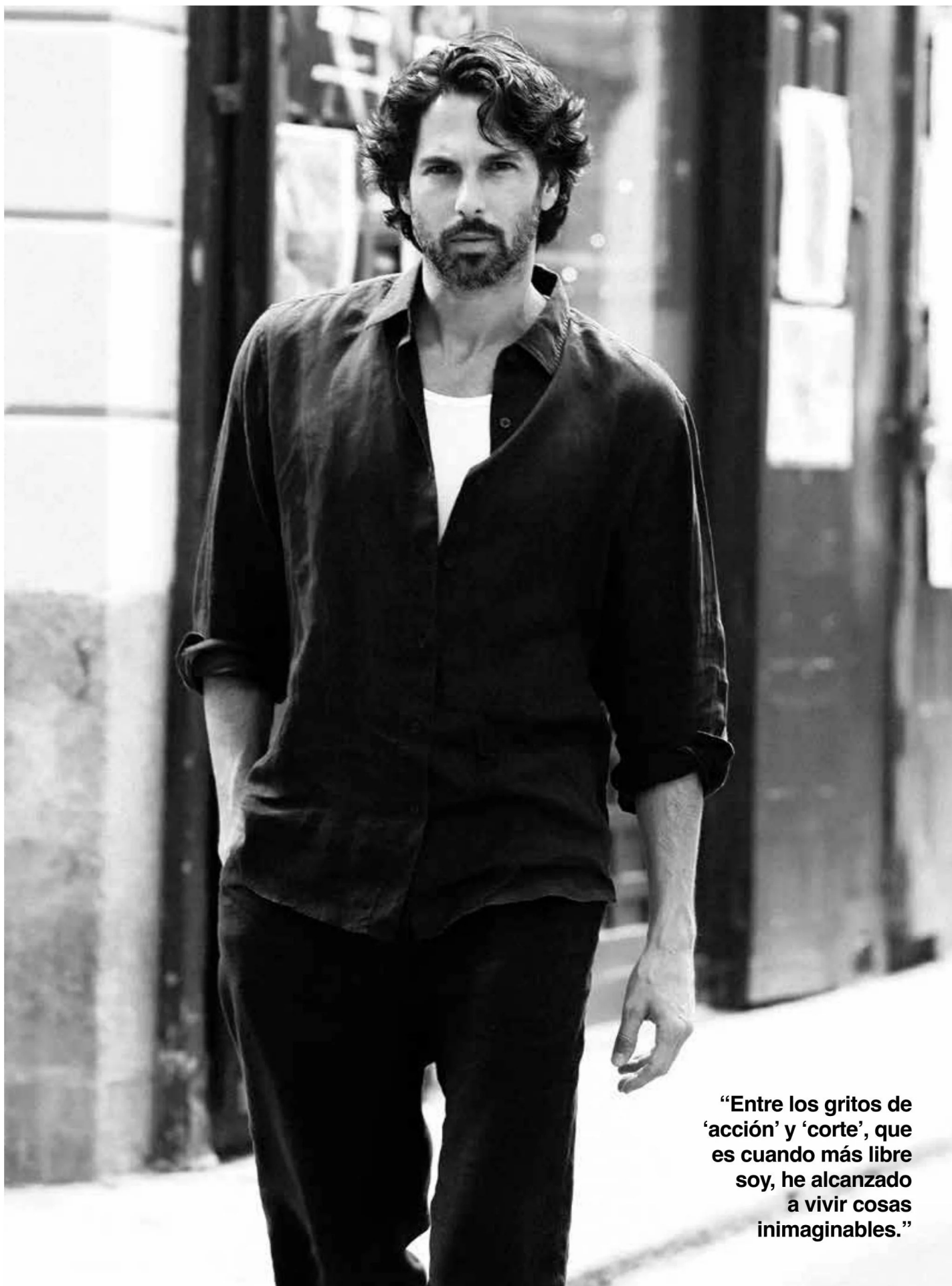
Su recorrido no responde únicamente a una expansión geográfica, sino a una evolución personal en la forma de entender su oficio. En esta etapa, su criterio para elegir proyectos se ha afinado, alejándose de lo superficial para acercarse a aquello que realmente lo moviliza.

“Me entusiasman los proyectos que me suponen un viaje lejos de mí o muy dentro de mí, allí por donde no anduve aún.”



“Hay todavía
una profunda
inseguridad... ese
temor me obliga
a prepararme con
cierto grado de
obsesión.”

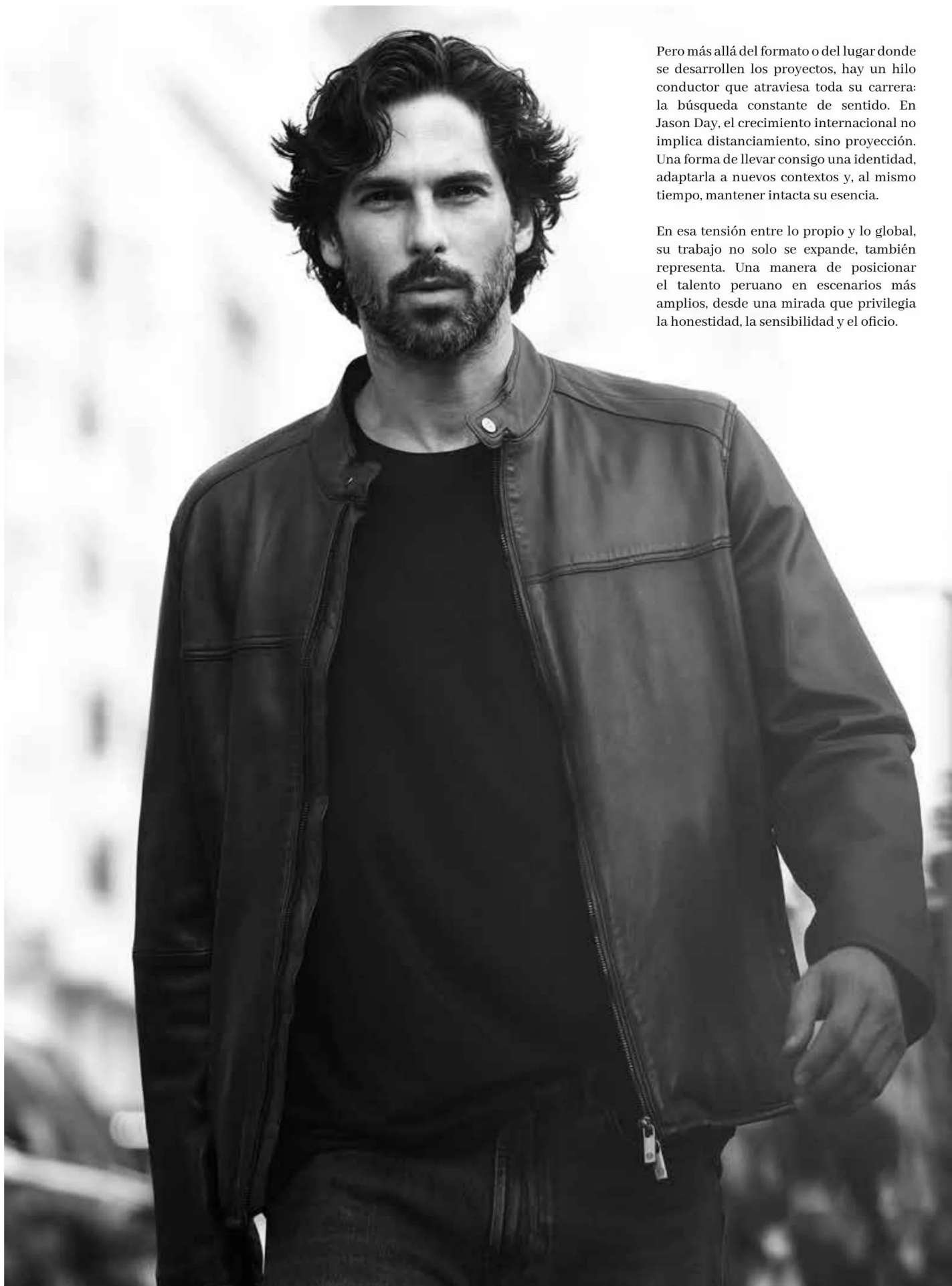
Revistas.PeruRadio.net.pe



**“Entre los gritos de
'acción' y 'corte', que
es cuando más libre
soy, he alcanzado
a vivir cosas
inimaginables.”**

“El tiempo que
tengo para vivir
el personaje me
da una mayor
sensación de
libertad.”





Pero más allá del formato o del lugar donde se desarrollen los proyectos, hay un hilo conductor que atraviesa toda su carrera: la búsqueda constante de sentido. En Jason Day, el crecimiento internacional no implica distanciamiento, sino proyección. Una forma de llevar consigo una identidad, adaptarla a nuevos contextos y, al mismo tiempo, mantener intacta su esencia.

En esa tensión entre lo propio y lo global, su trabajo no solo se expande, también representa. Una manera de posicionar el talento peruano en escenarios más amplios, desde una mirada que privilegia la honestidad, la sensibilidad y el oficio.



OSAKA NIKKEI

EL SABOR PERUANO QUE CONQUISTÓ EL MAPA GLOBAL

Lo que empezó como una propuesta nikkei sofisticada nacida en Lima, hoy se ha convertido en uno de los grupos gastronómicos peruanos con mayor proyección internacional.

Revistas.PeruRadio.net.pe



De Madrid a Punta del Este, pasando por Santiago, Bogotá o São Paulo, Osaka continúa redefiniendo la experiencia de la cocina nikkei contemporánea.

Detrás de Osaka están Diego Herrera y Diego de la Puente, quienes han construido una marca capaz de conectar la precisión japonesa con el carácter vibrante de la cocina peruana. Más que un restaurante, Osaka se ha convertido en un lenguaje propio dentro de la gastronomía latinoamericana contemporánea.

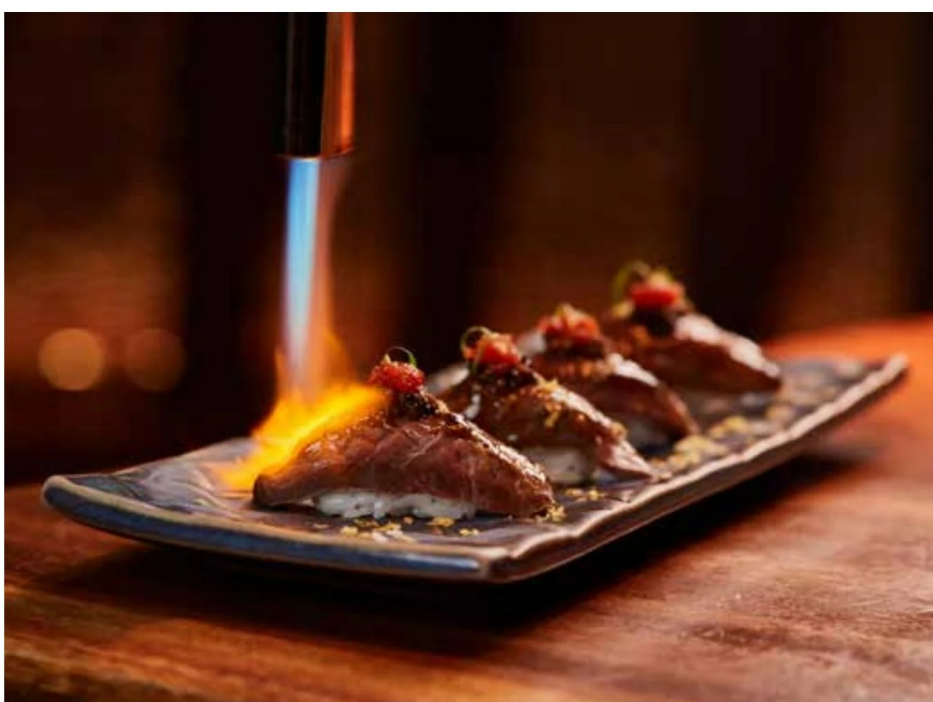
Con aperturas recientes en ciudades como Madrid y Punta del Este, y con sedes consolidadas en Santiago de Chile, Bogotá, São Paulo, Buenos Aires y Quito, el grupo ha logrado posicionarse entre los favoritos de cada escena gastronómica local, manteniendo una identidad coherente, elegante y reconocible.

La propuesta va más allá de la cocina. Cada espacio de Osaka combina diseño, música, coctelería y atmósfera en una experiencia pensada para quedarse en la memoria. Esa visión también dio

paso a Kero By Osaka, un formato más íntimo y nocturno que rápidamente se ha convertido en uno de los nuevos hotspots de Lima.

Con una propuesta enfocada en coctelería, small plates y una energía más relajada, Kero representa una nueva manera de vivir el universo nikkei fuera del formato tradicional del restaurante.

En un momento donde la cocina peruana sigue expandiendo su influencia global, Osaka demuestra que el verdadero lujo está en construir identidad, experiencia y consistencia a escala internacional.



MATÍAS ZAGAZETA

VELOCIDAD PERUANA RUMBO A LA ÉLITE DEL AUTOMOVILISMO



Desde Barcelona, el piloto peruano Matías Zagazeta construye una carrera que lo acerca cada vez más al máximo escenario del automovilismo internacional. Con una trayectoria que ya lo llevó por Fórmula 3, equipos europeos y circuitos icónicos, Zagazeta representa una nueva generación de talento latinoamericano en las pistas del mundo.





Nacido en Lima y formado entre Perú, Inglaterra y Europa, Matías Zagazeta entendió desde muy joven que el automovilismo requería algo más que velocidad. Su carrera comenzó en el karting, donde consiguió múltiples títulos nacionales antes de mudarse al circuito internacional para competir en Europa y desarrollar una carrera profesional dentro de las categorías más exigentes del deporte motor.

Hoy, instalado en Barcelona y completamente inmerso en el ecosistema europeo del automovilismo, Zagazeta se ha convertido en uno de los nombres peruanos con mayor proyección internacional. Su paso por la FIA Fórmula 3 marcó un punto de inflexión, convirtiéndose en el primer piloto peruano en alcanzar un podio dentro de la categoría, consolidando una presencia cada vez más cercana al universo de la Fórmula 1.



ESPECIAL HOMBRE

Más allá de las pistas, Matías representa una nueva imagen del piloto contemporáneo: disciplinado, internacional y conectado con una generación que entiende el deporte también desde el lifestyle, la imagen y la cultura visual. Entre entrenamientos, viajes y temporadas europeas, ha construido una identidad que combina precisión, ambición y una estética naturalmente vinculada al mundo del lujo y la velocidad.

Actualmente, el piloto peruano continúa desarrollando su carrera en Europa, compitiendo junto a estructuras de alto nivel y manteniendo intacto el objetivo que lo acompaña desde niño: llegar a la Fórmula 1.





COQUE OSSIO

EL CHEF QUE LLEVA UN PEDAZO DE PARÍS A LIMA

Con Le Coq, el chef Coque Ossio construye una propuesta donde la cocina francesa se vive desde la nostalgia, la técnica y el placer de los grandes clásicos reinterpretados con sensibilidad contemporánea.

Hijo de la emblemática Marisa Guiulfo, Coque Ossio ha desarrollado una mirada gastronómica donde la estética, la experiencia y el detalle tienen un rol fundamental. En Le Coq, su propuesta más personal, el chef apuesta por recuperar el espíritu de los bistros parisinos y trasladarlo a Lima a través de una experiencia cálida, sofisticada y profundamente sensorial.

Cada plato parece pensado para transportar al comensal a una mesa en París. Desde las salsas, la técnica y la selección de ingredientes, hasta la atmósfera del espacio, Le Coq construye una narrativa donde la cocina francesa clásica dialoga con una mirada contemporánea y cercana.

Más que replicar recetas tradicionales, Ossio interpreta el imaginario francés desde una sensibilidad propia, elegante y actual.

La propuesta destaca también por su atención al detalle y una hospitalidad relajada que escapa de la rigidez de la alta cocina tradicional. El resultado es un espacio donde conviven el placer, la conversación y una cocina hecha para disfrutarse sin pretensión, pero con una ejecución impecable.





En una ciudad con una escena gastronómica cada vez más diversa, Le Coq se ha convertido en uno de esos lugares que no solo se visitan por la comida, sino por la experiencia completa. Una pequeña escapada parisina en medio de Lima, construida desde la visión personal de uno de los chefs peruanos más interesantes de su generación.

A man with dark hair and sunglasses is crouching in front of a large, dark green, ornate door. He is wearing a white, long-sleeved military-style jacket with multiple rows of dark buttons and dark trousers. He has his left hand resting on his chin and is looking towards the camera. The scene is outdoors, with sunlight casting shadows on the ground.

RENATO DEL CARPIO
EL ESTILO COMO
**TERRITORIO
PROPIO**

Desde Madrid, Renato Del Carpio construye una mirada donde la moda, el lujo y el lifestyle se cruzan con una sensibilidad latinoamericana, estratégica y profundamente visual.



Fotografía:
Nicole Catanzaro.



Renato Del Carpio entiende la moda desde un lugar más amplio que las tendencias. Su universo mezcla estética, branding, arquitectura y una mirada lifestyle que ha construido entre Lima, Miami y Madrid, ciudad donde vive desde hace cinco años y desde donde desarrolla proyectos para marcas globales de lujo.

Antes de convertirse en content creator, estudió arquitectura y luego marketing, una combinación que hoy se refleja en la manera precisa y visual con la que comunica. A los 21 años lanzó su primera marca de camisetas junto a amigos y, poco después, fundó una agencia de marketing que lleva siete años trabajando entre América, Estados Unidos y Perú.

Su trabajo lo ha llevado a colaborar con casas como Givenchy, Chanel, Prada, Tom Ford, Dolce & Gabbana, La Mer, Jo Malone, Kenzo o Montblanc, construyendo un perfil que se mueve con naturalidad entre la moda, la belleza y el lujo contemporáneo. También ha asistido en tres ocasiones a Fashion Week en París, consolidando una presencia cada vez más cercana a la industria internacional.



Con una estética limpia, sofisticada y cercana, Renato representa una nueva generación de creadores latinoamericanos que entienden el contenido no solo como imagen, sino como identidad, experiencia y dirección creativa.

JAIME PESAQUE

LA EVOLUCIÓN DE LA COCINA PERUANA EN CLAVE CONTEMPORÁNEA



En Lima, la gastronomía ya no solo se vive, se proyecta.
Y en ese mapa global donde Perú ocupa un lugar
protagónico, hay nombres que han sabido construir una
narrativa propia. Jaime Pesaque es uno de ellos.



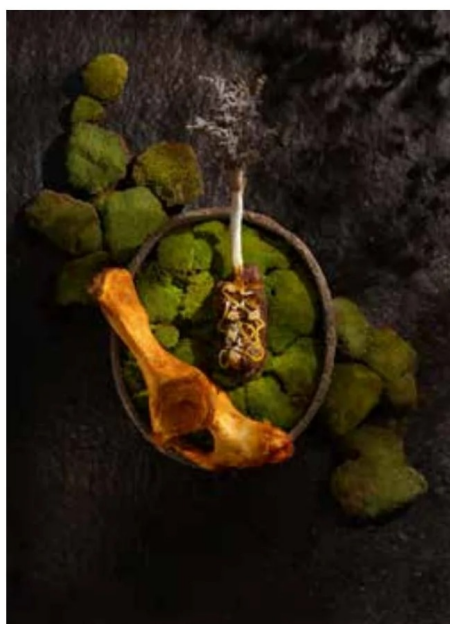
Jaime Pesaque
Chef

Con Mayta, su proyecto más personal, Pesaque ha logrado posicionar una propuesta que trasciende la cocina para convertirse en una lectura contemporánea del país.

Fundado en 2008, el restaurante nació como un espacio de exploración y hoy se consolida como uno de los referentes de la nueva gastronomía peruana.

Su ingreso y permanencia en las listas de Latin America's 50 Best Restaurants y posteriormente en The World's 50 Best Restaurants no es solo un reconocimiento, es una validación de una visión: una cocina que parte del territorio, pero que se expresa con lenguaje propio.

Mayta, cuyo nombre significa "tierra noble", es precisamente eso: una interpretación del Perú desde sus ingredientes, su memoria y su diversidad. En cada plato, Pesaque trabaja con productos locales, cuidando su trazabilidad y elevándolos a través de técnicas contemporáneas para construir una experiencia sofisticada, pero profundamente conectada con el origen.



ESPECIAL HOMBRE

Más allá del reconocimiento, lo que define su propuesta es una evolución constante. En los últimos años, Mayta ha refinado su narrativa hacia un formato más inmersivo, donde el menú degustación se convierte en un recorrido por distintas geografías del Perú, integrando contexto, historia y técnica en una misma experiencia.

En ese equilibrio entre identidad y modernidad, Pesaque ha logrado algo clave: no replicar la cocina peruana, sino reinterpretarla. Una mirada que dialoga con el presente, sin perder profundidad.

Hoy, su presencia en el circuito internacional no solo posiciona su restaurante, también refuerza el lugar de Lima como una de las capitales gastronómicas más relevantes del mundo. En un escenario donde la cocina se convierte en lenguaje, Jaime Pesaque ha encontrado el suyo: uno que habla de territorio, de evolución y de una forma contemporánea de entender el Perú.



Descubre nuestra carta:



nick n'truck

¡Tu aliado gourmet!

Feeling
Food

LET THE
PARTY
BEGIN



EL BACKSTAGE
DE TU MESA



@nick_n_truck
@sushi_lab_by_nickntruck



Av. San Luis 2480, San Borja



999 708 800 / 996 449 542

MARKET GOURMET - POKE BAR - SUSHI LAB - CATERING: SUSHI BOATS, POKE PARTY Y TODO TIPO DE EVENTOS.

Revistas.PeruRadio.net.pe



PASCAL

EL TALENTO PERUANO QUE EMPIEZA A RESONAR EN LATINOAMÉRICA

Hay artistas que construyen su camino desde lo local, y otros que deciden expandirlo. PASCAL está haciendo ambas cosas al mismo tiempo.

Revistas.PeruRadio.net.pe



El cantante peruano viene consolidando una carrera que ya no se limita a su país de origen. Hoy, desde Ciudad de México, uno de los hubs más relevantes de la industria musical en la región, da un paso estratégico que marca un nuevo capítulo en su proyección internacional.

Su llegada a México no es casual. CDMX se ha convertido en un punto clave para el desarrollo del mercado latino, un espacio donde convergen artistas, productores y oportunidades que permiten escalar propuestas hacia nuevas audiencias. En ese contexto, PASCAL encuentra el escenario ideal para seguir posicionando su música.

ESPECIAL HOMBRE

Con varios éxitos que han conectado con el público y una identidad que equilibra lo comercial con una sensibilidad propia, el artista ha logrado abrirse camino de manera orgánica. Ese recorrido lo ha llevado también a colaborar con artistas de talla internacional, ampliando su alcance y reforzando su presencia dentro de la industria.

Más allá de los números o las plataformas, lo que define su momento es una búsqueda clara: construir una propuesta que trascienda fronteras sin perder autenticidad. Su música, marcada por una mezcla de influencias y una narrativa cercana, conecta con una generación que consume global, pero sigue buscando identidad.





Instalarse en México representa, en ese sentido, mucho más que un cambio de ciudad. Es una decisión estratégica que lo posiciona dentro de una escena más competitiva, pero también más conectada con el circuito internacional.

PASCAL avanza así en una etapa donde el talento peruano no solo se exporta, sino que se integra y dialoga con el resto de la región. Un proceso que no solo amplía su carrera, sino que también redefine el lugar desde donde se construye hoy la música latinoamericana.

RENZO REBAGLIATI
UNA MIRADA
ARQUITECTÓNICA
AL ADN DE LIMA

Fotografía de arquitectura,
ciudad y memoria visual.

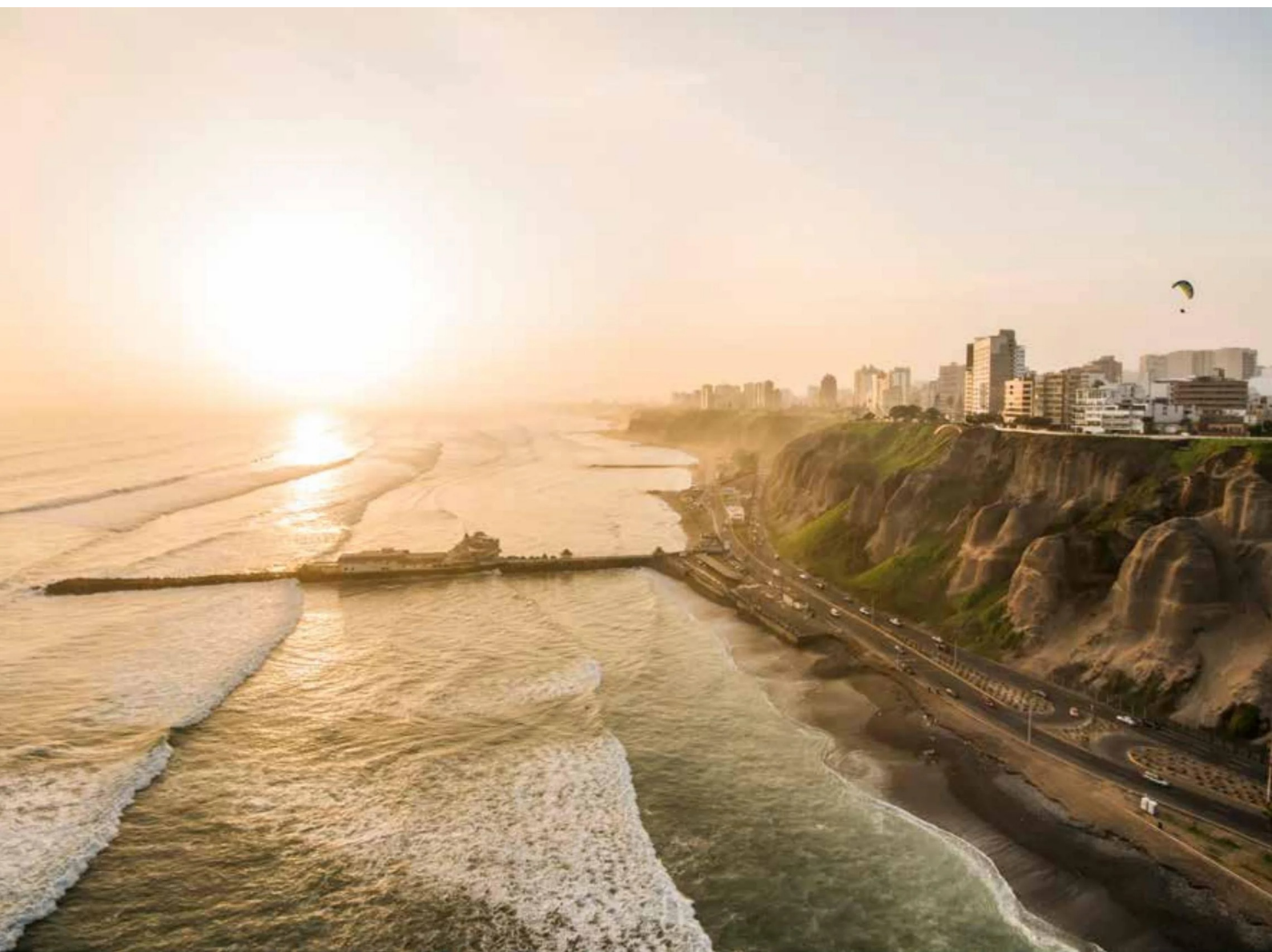
El fotógrafo de arquitectura Renzo Rebagliati ha desarrollado una mirada capaz de convertir la ciudad en una experiencia visual.



Su trabajo no solo registra edificios, fachadas o espacios urbanos, sino que captura la atmósfera que los rodea: la luz, la escala, los detalles, el ritmo de las calles y esa identidad particular que hace reconocible a una ciudad incluso en sus rincones más silenciosos.

Además de viajar por el mundo fotografiando arquitectura y paisajes urbanos, Rebagliati ha encontrado en Lima un territorio lleno de contrastes y posibilidades. A través de su lente, la capital peruana aparece como una ciudad de capas: histórica y contemporánea, costera y monumental, caótica y poética. Sus imágenes logran transmitir el encanto de una Lima que muchas veces se descubre en la mezcla entre lo cotidiano y lo extraordinario.



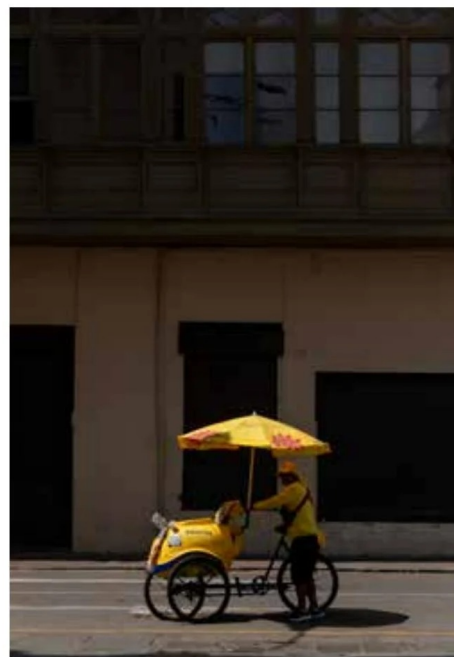


En sus recorridos visuales, la Costa Verde se convierte en una postal de movimiento, horizonte y memoria frente al Pacífico. El Centro de Lima revela su carácter emblemático a través de balcones, casonas, plazas y edificios que conservan la huella de distintas épocas. Miraflores aparece como un punto de encuentro entre ciudad, arquitectura moderna y paisaje costero, mientras que Barranco se muestra desde su espíritu más artístico, bohemio y lleno de textura.



En cada toma, Renzo Rebagliati construye una narrativa donde la arquitectura se vuelve lenguaje y Lima se revela como una ciudad con carácter, memoria y encanto propio.

Lo interesante de su fotografía es que no busca únicamente mostrar lugares reconocibles, sino capturar el ADN de Lima: su luz gris, su relación con el mar, sus fachadas con historia, sus calles vivas, sus contrastes sociales y urbanos, y esa belleza imperfecta que define a la ciudad.





VACANCE SICILIANE

CONQUISTA MILAN FASHION WEEK

En una edición de Milan Fashion Week Men's marcada por el regreso a los códigos esenciales del vestir masculino, Dolce & Gabbana llevó a la pasarela una de las imágenes más poderosas del verano italiano: Sicilia como estado de ánimo.



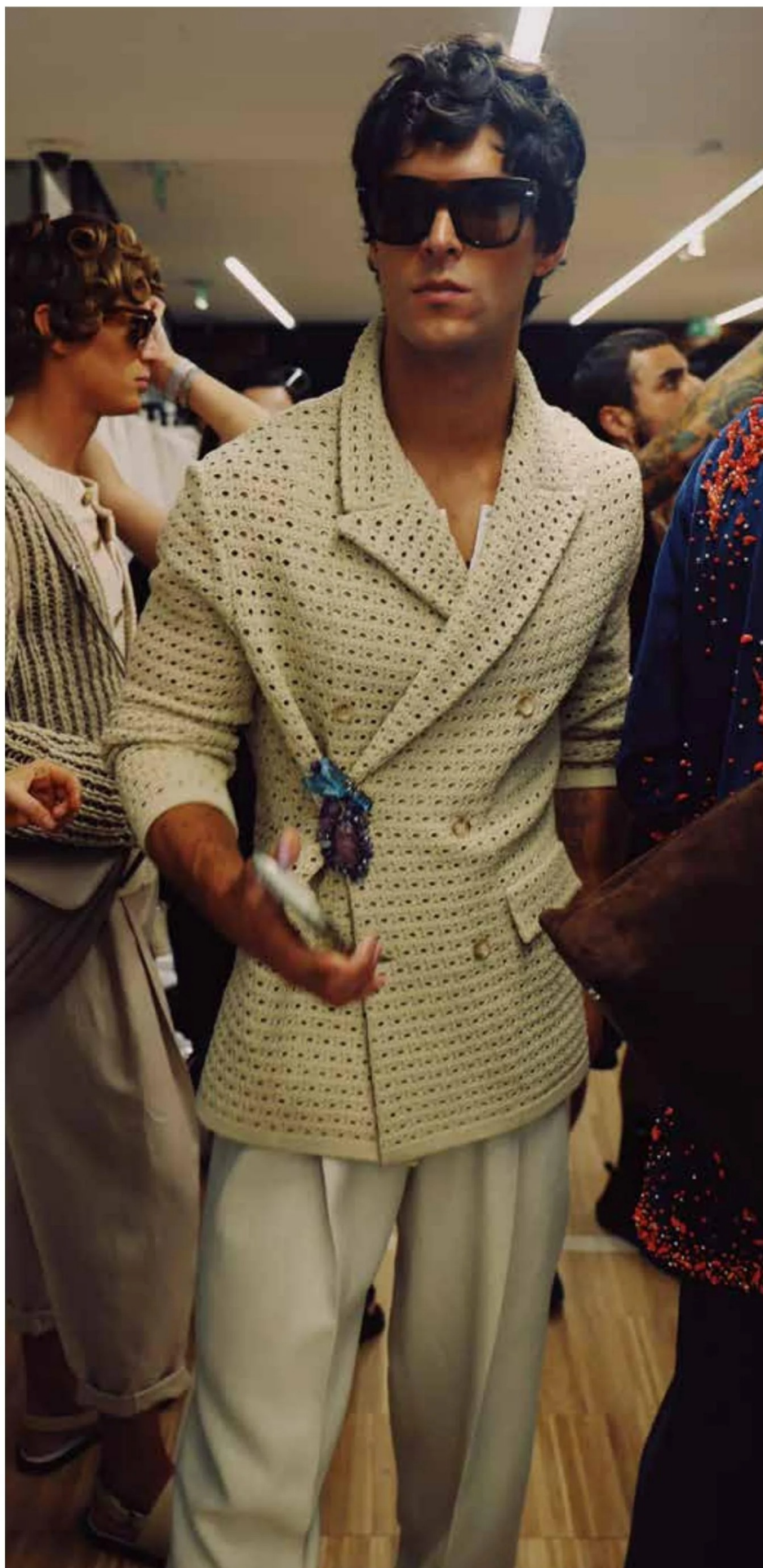
La colección masculina Primavera/Verano 2027, titulada Vacanze Siciliane, no se presentó únicamente como una postal mediterránea, sino como una lectura contemporánea de la isla: sus ciudades, sus pueblos suspendidos en el tiempo, sus templos griegos, sus iglesias barrocas, sus mosaicos, su luz blanca y sus sombras profundas. En Milán, Sicilia apareció como un territorio emocional, cultural y estético desde el cual pensar una nueva elegancia masculina, profundamente conectada con el origen.

La propuesta recorrió una narrativa visual clara. El desfile abrió con el negro siciliano, intenso y preciso, casi ceremonial. Luego avanzó hacia una paleta más luminosa, atravesada por tonos arena, piedra caliza, azul marino, turquesa, verde pistacho y matices inspirados en las granitas de la isla. El cierre, completamente en blanco, reforzó esa sensación de ligereza, calor y descanso sofisticado.

Más que rigidez formal, la colección apostó por una sastrería suave y relajada.







Las siluetas se abrieron, los trajes perdieron estructura y las prendas parecieron pensadas para moverse con naturalidad. Algodones ligeros, lino, crochet, tejidos de punto y ante trenzado construyeron un guardarropa donde el lujo no se impone, sino que se siente en la textura, en el corte y en la manera de habitar la ropa.

Hubo referencias claras al turismo mediterráneo de los años cincuenta y sesenta: camisas ligeras, trajes de baño de seda, rayas, chaquetas de lino a medida y estampados de limones y vistas panorámicas. Pero la colección no cayó en la nostalgia literal. Su fuerza estuvo en convertir esos códigos en una idea actual de verano: masculina, sensual, artesanal y profundamente relajada.

En el calendario milanés, donde la conversación sobre el hombre contemporáneo sigue oscilando entre lo urbano, lo funcional y lo aspiracional, Vacanze Siciliane propuso otra dirección: volver al lugar de origen, a la memoria, al cuerpo y al placer de vestirse sin esfuerzo.

Sicilia, una vez más, no fue solo inspiración. Fue lenguaje.



EL MAPA DE LUJO EN EL MUNDIAL 2026



Cuando el fútbol se convierte en vitrina global,
la moda de lujo entra a jugar su propio partido:
vestir la identidad de cada país.



Loewe, Jacquemus, Gabriela Hearst y Mackage son algunas de las firmas que han encontrado en el fútbol una nueva vitrina cultural. En el Mundial 2026, el lujo no solo acompaña a las selecciones: también redefine cómo se ven, cómo viajan y cómo representan a sus países frente al mundo.

En una edición marcada por la imagen, el fútbol se convierte en algo más que competencia. Cada selección lleva consigo una identidad, una historia y una manera de presentarse ante millones de personas. La moda entra ahí: no como adorno, sino como un lenguaje capaz de traducir país, pertenencia y estilo en una sola aparición.

El fútbol siempre ha tenido uniforme. Pero hoy también tiene estética, narrativa y códigos de lujo. En el Mundial 2026, la moda aparece lejos del césped, en esos momentos que antes parecían secundarios y que ahora se han convertido en parte central del espectáculo: la llegada al estadio, el viaje, el hotel, la foto oficial, el túnel, el antes y el después del partido.

ESPECIAL HOMBRE

Ahí es donde las firmas de lujo han encontrado una nueva cancha. No compiten con la camiseta ni con la ropa técnica. Más bien, construyen el universo que rodea a cada selección. Porque vestir a un equipo nacional ya no significa solo crear prendas: significa proyectar una idea de país.

Mackage y Croacia: performance con identidad

Croacia ya tiene una de las identidades visuales más reconocibles del fútbol. Mackage toma esos códigos y los lleva al terreno del lujo funcional, con una cápsula que incluye outerwear, knitwear, polos, bottoms y sneakers.

La propuesta acompaña al equipo fuera del campo con una estética urbana, técnica y contemporánea. No reemplaza la fuerza del tablero croata: la amplifica desde otro lugar.

El Mundial ofrece algo difícil de igualar: audiencia global, emoción colectiva e identidad nacional. Para las firmas de lujo, vestir a una selección es entrar en una conversación que va mucho más allá del deporte. En 2026, el nuevo mapa del fútbol también se dibuja con telas, siluetas y símbolos.





Loewe y España: una declaración de identidad

Loewe viste a la selección española fuera de la cancha con una propuesta que une sastrería, piezas casuales, calzado y marroquinería. El gesto tiene peso simbólico: una de las casas más importantes del lujo español acompaña al equipo nacional en el escenario deportivo más visto del mundo.

La alianza funciona porque habla el mismo idioma que la marca: artesanía, sofisticación y modernidad. España no solo llega al Mundial con jugadores; llega también con una imagen construida desde el diseño.

Jacquemus y Francia: el fútbol como extensión del estilo

De la mano de Nike y la Federación Francesa, Jacquemus lleva su universo limpio, mediterráneo y contemporáneo al imaginario de Les Bleus. Su propuesta no intenta disfrazar al fútbol de pasarela, sino suavizar sus códigos y llevarlos a un territorio más lifestyle.

Francia siempre ha sabido convertir la moda en lenguaje cultural. Con Jacquemus, la selección proyecta una elegancia relajada, moderna y reconociblemente francesa.



Gabriela Hearst y Uruguay: lujo con raíz

Gabriela Hearst diseñó los uniformes formales de Uruguay desde una mirada íntima y profundamente conectada con su origen. La elección de lana merino uruguaya convierte el vestuario en algo más que una pieza de representación: lo vuelve territorio, memoria y orgullo nacional.

En La Celeste, la elegancia no aparece como exceso, sino como carácter. Hearst traduce la garra uruguaya en una imagen sobria, fuerte y silenciosamente poderosa.

POLLERAS DE AGUSTINA

IDENTIDAD, SOSTENIBILIDAD Y MODA QUE CONECTA CON EL ORIGEN



En un momento donde la moda busca cada vez más sentido, hay marcas que no solo diseñan prendas, sino que construyen propósito. Polleras de Agustina es una de ellas.



Griela y Jhasmine Pérez.

Fundada por Griela y Jhasmine Pérez, la marca nace desde una intención personal que rápidamente se transforma en una propuesta con impacto: rescatar, reinterpretar y poner en valor el arte textil peruano.

paisajes costeros, y siluetas que mantienen ese balance característico entre lo artesanal y lo actual.

Lo que comenzó como un gesto íntimo — conectar a su hija con sus raíces— hoy es una firma reconocida por su enfoque en la moda sostenible, el trabajo con comunidades artesanas y la preservación de técnicas tradicionales.

Su ADN se construye desde ahí: identidad, cultura y conciencia. Polleras de Agustina trabaja de la mano con artesanos de distintas regiones del Perú, integrando bordados, fibras naturales y procesos manuales que no solo elevan el producto, sino que también generan un impacto social real.

Más que una marca, es un ecosistema. Uno donde la moda se entiende como un puente entre tradición y contemporaneidad.

En esa línea, su última colección propone una nueva lectura del territorio: el litoral peruano. Lejos de quedarse en lo andino —su punto de partida— la marca expande su narrativa hacia el mar, incorporando colores intensos, contrastes vibrantes y referencias a la identidad pesquera.

El resultado es una colección que se siente viva. Tonos que evocan el movimiento del océano, detalles que remiten a redes, embarcaciones y

Aquí, la sostenibilidad no es solo un concepto, es parte del proceso creativo. Cada prenda sigue respondiendo a una lógica de slow fashion: producción consciente, materiales nobles y un respeto constante por el origen.

Polleras de Agustina logra así algo poco común: evolucionar sin perder esencia. Llevar su lenguaje a nuevos territorios sin desconectarse de lo que la define.

Más que moda, una forma de contar el Perú. Más que una colección, una explosión de identidad en movimiento.

KENDALL BRASA EL NUEVO CAPÍTULO DE UNA FAMILIA QUE HIZO DEL POLLO A LA BRASA UN IMPERIO



Hay historias gastronómicas que nacen de una receta, pero crecen gracias a una visión. La de Kendall Brasa empieza con una familia, un sueño y una forma muy peruana de entender la cocina: con sabor, disciplina y trabajo constante.



Detrás de esta evolución está Andrea Quesada, nueva generación de la familia Chipoco, quien hoy lidera la cadena entre Miami y Lima.



cultura donde el trabajo duro no es una frase, sino una práctica diaria.

Lo que alguna vez fue Kendall Pollos y Parrillas, inspirado en el distrito de Miami donde vivía la familia, hoy se transforma en Kendall Brasa, una propuesta más moderna y contemporánea que mantiene intacto el sabor tradicional del pollo a la brasa.

Su historia recoge el legado de sus padres, Fiorella Chipoco y Javier Quesada, y también el espíritu emprendedor de su tío, Juan Chipoco, quien hace 16 años apostó por una esquina en Miami y convirtió ese sueño en uno de los grupos gastronómicos peruanos más importantes de Estados Unidos, con Ceviche 105 como gran emblema.

El éxito no llegó por casualidad. Llegó con disciplina, puntualidad, estándares altísimos

y una obsesión por la experiencia. Ceviche 105, hoy con 12 locales en Miami, se ha convertido en parada obligada para turistas y amantes de la cocina peruana. A ese universo se sumaron conceptos como Pollos & Jarras, con presencia en Downtown y Aventura Mall, consolidando una operación de gran escala donde restaurantes de cientos de sillas funcionan con precisión, exigencia y una mirada profundamente perfeccionista.

Ese ADN familiar es el que hoy recoge Andrea Quesada. Su historia dentro del negocio comenzó durante la pandemia, cuando se quedó en Miami y empezó trabajando como host en Ceviche 105. Desde ahí fue escalando, aprendiendo desde la base, entendiendo el ritmo real de un restaurante y absorbiendo una

Kendall Brasa es ahora la evolución de aquel primer concepto familiar. Mantiene el sabor tradicional de hace 30 años, pero lo lleva a una identidad más moderna, industrial y contemporánea. El pollo a la brasa sigue siendo el corazón de la propuesta, pero la carta se amplía con piqueos, ensaladas, chaufas, saltados y platos pensados para una nueva generación de comensales que busca tradición, pero también frescura y experiencia.

Tras su paso por Jesús María, la marca prepara su llegada a San Isidro y mira hacia nuevas zonas como La Molina y Barranco. El reto es grande: crecer sin perder el sabor, modernizarse sin traicionar el origen y mantener los estándares que han convertido a la familia Chipoco en un nombre de peso dentro de la gastronomía peruana internacional.



El reconocimiento ya empezó a llegar. Kendall fue elegido como mejor pollo a la brasa por Filo el año pasado, un respaldo importante para una marca que no solo quiere servir un buen plato, sino construir una nueva etapa para uno de los sabores más queridos del Perú.

Hoy, Kendall Brasa no es solo un restaurante. Es la continuidad de una historia familiar hecha de esfuerzo, visión y disciplina.

Un puente entre Lima y Miami, entre la tradición del pollo a la brasa y una identidad renovada que entiende que el legado no se conserva quedándose quieto, sino creciendo con la misma pasión con la que empezó.



NEW

CUP LOCK

350ml



Mantiene frío
& caliente



Anti derrame



Botón central
para abrir y cerrar



MÁS COLORES



CURITIBA

PAMPILLA

Escanea este QR,
fluye y conoce más



SIPS

LA EXPERIENCIA DETRÁS DEL MEJOR BAR DEL MUNDO



La coctelería vive un momento de transformación. Hoy, los mejores bares del mundo ya no se definen solo por una buena carta, sino por la capacidad de construir una experiencia completa: técnica, narrativa, diseño, hospitalidad y una nueva forma de entender el ritual de beber.

Simone
CaporaleMarc
Álvarez

En ese contexto aparece SIPS, ubicado en Barcelona, como uno de los espacios que mejor representa esta evolución. Reconocido como el mejor bar del mundo, su propuesta lleva la coctelería a un territorio más cercano a la alta gastronomía, donde cada detalle importa y cada cóctel cuenta una historia.

Ubicado en el Eixample, SIPS rompe con los códigos tradicionales del bar clásico. No hay una barra convencional como punto de distancia, sino un espacio abierto que invita a la interacción directa. Aquí, el servicio no es solo atención: es parte del espectáculo, del relato y del vínculo con el cliente.

Detrás del proyecto están Simone Caporale y Marc Álvarez, dos nombres clave en la escena

internacional, que han construido una propuesta donde técnica, creatividad y hospitalidad conviven con naturalidad. Su enfoque no busca impresionar desde el exceso, sino desde la precisión.

La carta es una exploración constante. Cada cóctel está pensado como una pieza en sí misma, donde la textura, la temperatura y la presentación juegan un rol tan importante como el sabor. Hay una intención clara de romper con lo predecible y proponer nuevas formas de beber y percibir.

Pero lo que realmente define la experiencia en SIPS no es solo lo que se sirve, sino cómo se vive. El espacio, la música, la iluminación y el ritmo construyen una atmósfera que equilibra sofisticación y cercanía, logrando que lo extraordinario se sienta accesible.

Visitar el mejor bar del mundo no es solo una etiqueta. En SIPS, es una forma distinta de entender la hospitalidad contemporánea.

QUISPE MADRID

LA ALTA COCINA PERUANA QUE CONQUISTA LA CAPITAL ESPAÑOLA





Hoy, su presencia en Madrid no solo habla del crecimiento del restaurante, sino también de un momento clave para la cocina peruana: uno en el que deja de ser tendencia para convertirse en parte estructural del panorama gastronómico internacional.



Madrid se ha convertido en uno de los escenarios gastronómicos más dinámicos de Europa. Y en ese mapa en constante evolución, la cocina peruana sigue ganando terreno con propuestas que no solo destacan por su sabor, sino por su capacidad de reinterpretarse. Quispe es una de ellas.

Ubicado en el corazón de la capital española, Quispe Madrid se posiciona como una propuesta de alta gastronomía peruana que apuesta por una experiencia contemporánea, donde el producto, la técnica y la narrativa se integran con naturalidad. No se trata de replicar lo conocido, sino de traducir la esencia del Perú a un lenguaje global.

Detrás del proyecto están César Figari y Constanza Rey, quienes han sabido construir un concepto sólido que equilibra identidad y sofisticación. Con una visión clara, han desarrollado un espacio donde cada detalle — desde la carta hasta el diseño— responde a una misma intención: presentar la cocina peruana desde una mirada actual, precisa y elegante.

La propuesta gastronómica se construye a partir de ingredientes que conectan con el territorio peruano, pero trabajados bajo técnicas contemporáneas que elevan su expresión. El resultado es una carta que dialoga entre tradición e innovación, pensada para

un público internacional, pero sin perder profundidad.

Más allá de los platos, la experiencia en Quispe se entiende como un todo. El espacio, el ritmo del servicio y la curaduría de cada elemento acompañan una narrativa que busca posicionar la cocina peruana en un contexto de alta gastronomía global.

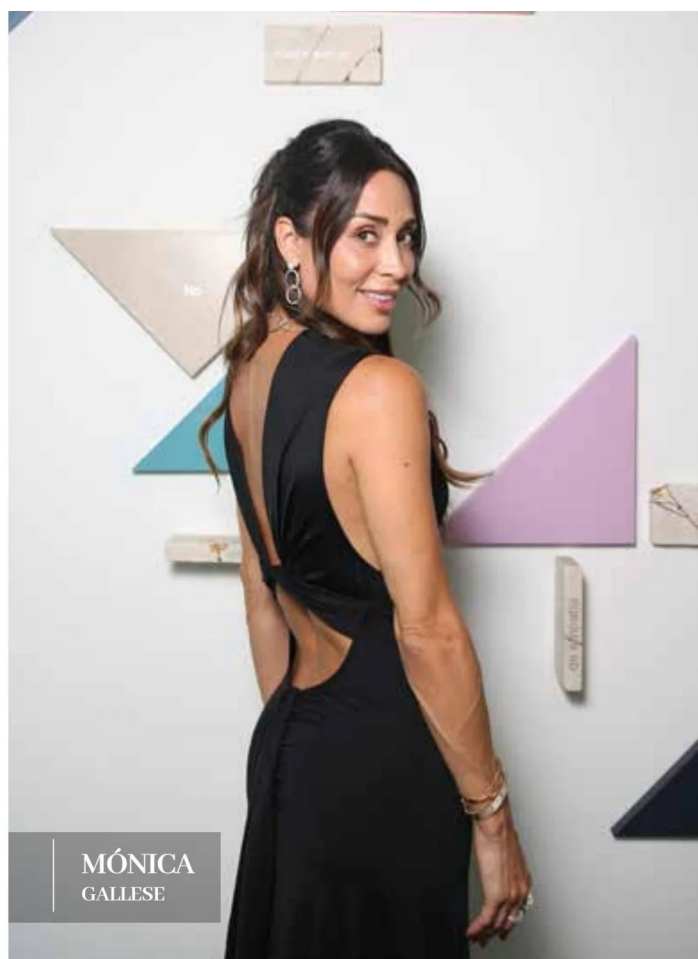
En una ciudad donde la oferta es amplia y exigente, Quispe logra diferenciarse desde la coherencia. No busca imponerse, sino consolidarse a través de una propuesta sólida y bien ejecutada.

COBERTURA

IMMERSIVE DINNER BY ISIDRA

Isidra presentó una experiencia que fusionó moda, gastronomía y arte en la Galería Vesper Tzu junto al chef Ricardo Goachet del reconocido restaurante Verbena. La noche celebró el lanzamiento de la nueva colección de joyas de Inés Wiese que pronto estará disponible en la tienda física de Isidra.

ALE
DENEGRÍ





ISABELLA
IBÁÑEZ

ISABEL
DE OSMA



ALE
DENEGRI

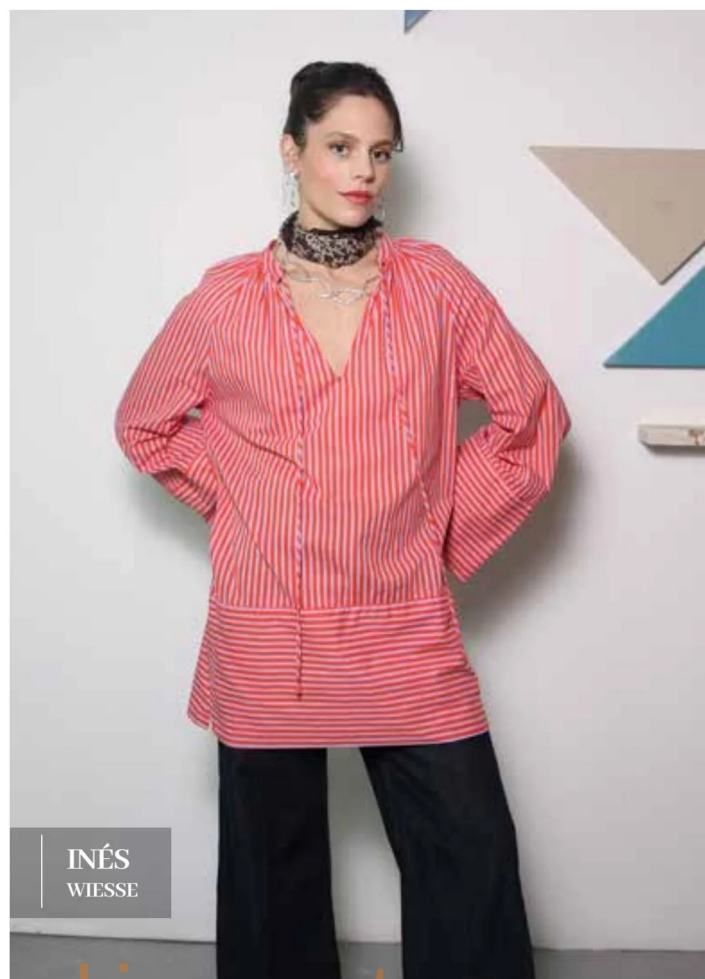
CLAUDIA
PAREJA



INÉS
WIESSE



CLAUDIA
PAREJA



LANZAMIENTO ISDIN COVERAGE

ISDIN celebró una mañana donde el maquillaje y el cuidado de la piel se encontraron en una misma experiencia. El evento presentó la nueva fórmula Coverage SPF 50+ de ISDIN, junto a una sesión de tips de maquillaje, skincare y fotoprotección liderada por dermatólogos y maquilladores.

Los asistentes pudieron descubrir cómo integrar protección solar, acabado natural y rutina dermatológica en un solo paso, llevando el maquillaje con fotoprotección a un nuevo nivel.



GAELA
BARRAZA



CARLINA
BRAEDT

GAELA
BARRAZA



ALE
CHÁVEZ



BRANDED CONTENT



MELANIE
MACPHERSON



LUCIANA
ARANDA

KARINA
SEGOVIA

IVETTE
SOTO

CAROLINA
RUIZ DE CASTILLA



YESSSENIA
GUEVARA

EMILIO
CARRANZA

CLAUDIA
BALBIN



ALICIA
QUISPE



AMANDA
RIVERA

ISDINNER SUMMIT 2026

Revive con nosotros el ISDINNER Summit 2026, el escenario donde la innovación dermatológica fue protagonista. Durante el encuentro, ISDIN presentó dos lanzamientos que marcan un nuevo capítulo en el cuidado de la piel: Retinal Eyes y Coverage, el nuevo estándar en maquillaje dermatológico.

Una noche junto a dermatólogos y expertos en skincare, dedicada a compartir ciencia, innovación y nuevas soluciones para el cuidado diario de la piel.



ELIZABETH
THOMAS



LOURDES
RODRÍGUEZ

DOLCE & GABBANA OPENING PARTY

Así se vivió el lanzamiento oficial de la primera tienda de Dolce & Gabbana en Lima. Una noche donde la moda y la esencia italiana tomaron la ciudad.



VIKTORIA
TRUBNICOVA



ALONDRA
GARCÍA MIRÓ

JORGE LUIS
SALINAS



ALESSANDRA
BELAUNDE



JOAO
CORAZZA



NATALIE
VERTIZ



LUANA
BATANERO



MARILEI
GALINDO



P PONLE
CORAZÓN

FPC | FUNDACIÓN
PERUANA DE
CÁNCER

Donna

**sin
PENSARLA
TANT**



**Y salva la vida de más
pacientes con cáncer.**

994-333-333



Revistas.PeruRadio.net.pe



Frutas y verduras



Abarrotes



¡Ya abrimos Vivanda Pardo!

Un reencuentro,
un descubrimiento.

AV. JOSÉ PARDO 715, MIRAFLORES



Vinos y licores



Lácteos

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS
EN EXCESO ES DAÑINO